




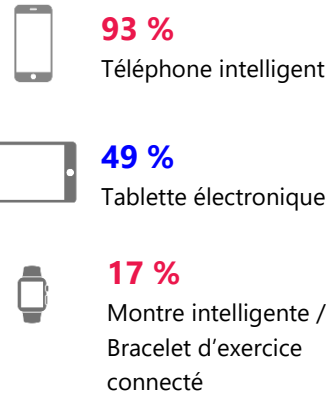


## GÉNÉRATION Y – 25 À 34 ANS (1985-1994)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=1 864)

	25-34 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	<b>97 %</b>	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	<b>82 %</b>	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	<b>13 %</b>	10 %
 Utilisateurs d'Internet	<b>99 %</b>	92 %

### Appareils détenus par les 25 à 34 ans



### OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 25 à 34 ans sont les messages textes, la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et l'appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet (n=154) :

- 1** Messages textes **78 %**
- 2** Messagerie intégrée aux réseaux sociaux **74 %**
- 3** Appel vidéo ou vidéoconférence sur Internet **33 %**

### SERVICE DE TÉLÉVISION

Plus de la moitié (57 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans est abonné à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux inférieur à ceux des autres générations. (n=154)

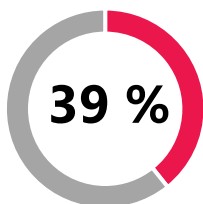


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Les deux tiers (67 %) des adultes âgés de 25 à 34 ans sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux supérieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 59 % des 25 à 34 ans sont abonnés à Netflix. (n=154)






### MAISON INTELLIGENTE (n=154)



Plus du tiers (39 %) des 25 à 34 ans détient au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 33 % pour l'ensemble des adultes québécois.

### TOP 3 DES APPAREILS CONNECTÉS

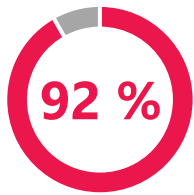
-  **13 %** Assistant vocal
-  **11 %** Système de thermostat connecté
-  **11 %** Système de détection des fuites d'eau

#### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2019 à janvier 2020, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

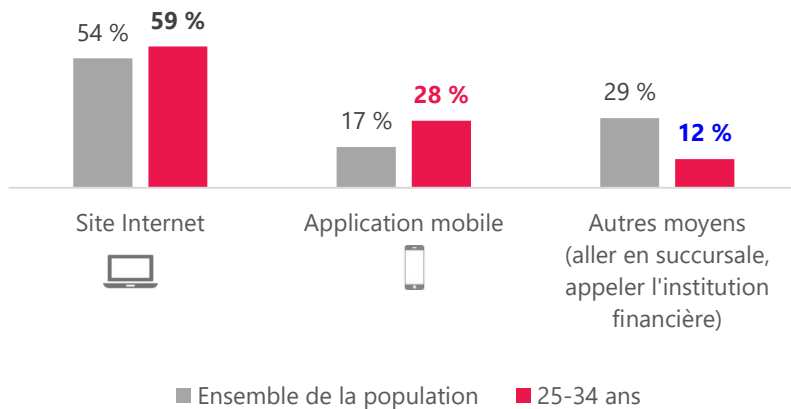
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %. En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=154)

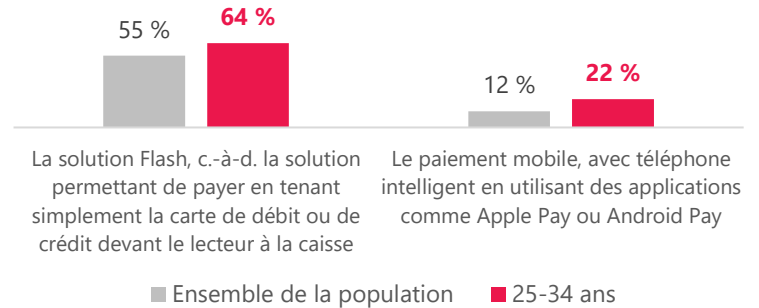


des adultes âgés de 25 à 34 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement supérieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

**MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES**

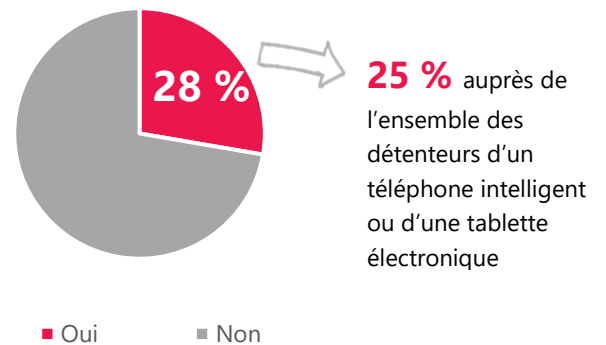


**MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE**



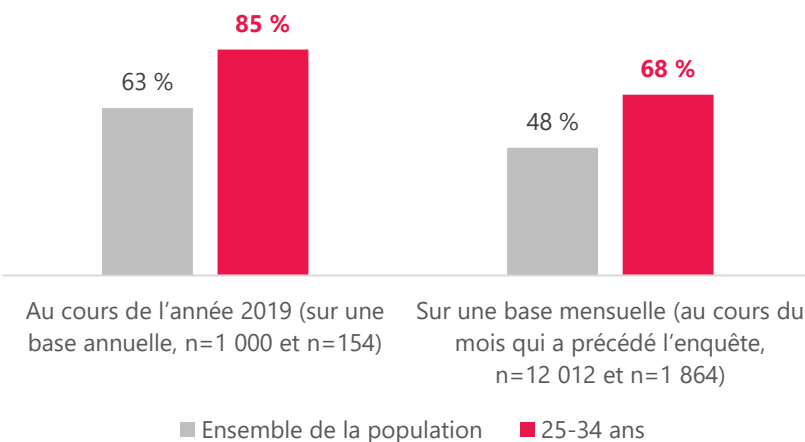
**UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS**

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 25 à 34 ans (n=144)

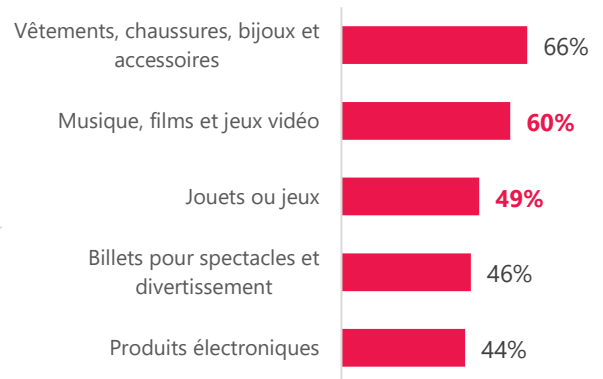


**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**PROPORTION DE CYBERACHETEURS**



**PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 25 À 34 ANS (n=131)**








**53 %** des adultes âgés de 25 à 34 ans font mensuellement **au moins un achat en ligne sur le site d'Amazon** alors que c'est 35 % auprès de l'ensemble de la population.



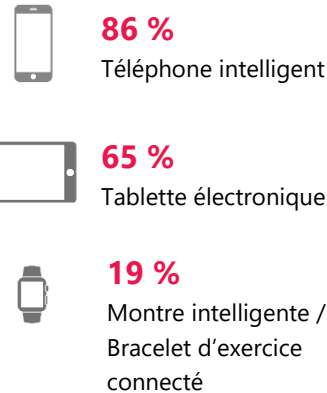
La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 25 à 34 ans était de 326 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.

## GÉNÉRATION X – 35 À 54 ANS (1965-1984)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=4 048)

	35-54 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	<b>97 %</b>	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	<b>83 %</b>	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	<b>12 %</b>	10 %
 Utilisateurs d'Internet	<b>97 %</b>	92 %

### Appareils détenus par les 35 à 54 ans



### OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 35 à 54 ans sont les messages textes, la messagerie intégrée aux réseaux sociaux et le courriel (n=335) :

- 1** Messages textes **74 %**
- 2** Messagerie intégrée aux réseaux sociaux **57 %**
- 3** Courriel **38 %**

### SERVICE DE TÉLÉVISION

Plus de **trois adultes sur quatre** (79 %) âgés de 35 à 54 ans sont abonnés à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution). (n=335)

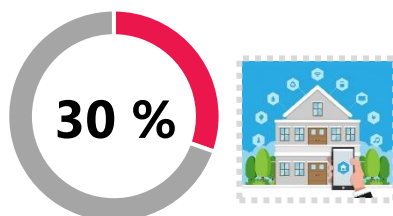


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Près de **deux adultes sur trois** (60 %) âgés de 35 à 54 ans sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux supérieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 45 % des 35 à 54 ans sont abonnés à Netflix. (n=335)






### MAISON INTELLIGENTE (n=335)



Près du tiers (30 %) des 35 à 54 ans détient au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 33 % pour l'ensemble des adultes québécois.

### TOP 3 DES APPAREILS CONNECTÉS

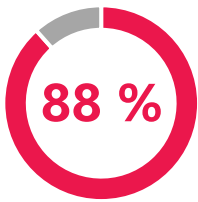
-  **12 %** Assistant vocal
-  **11 %** Système de caméra connectée
-  **7 %** Avertisseur de fumée intelligent

### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2019 à janvier 2020, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

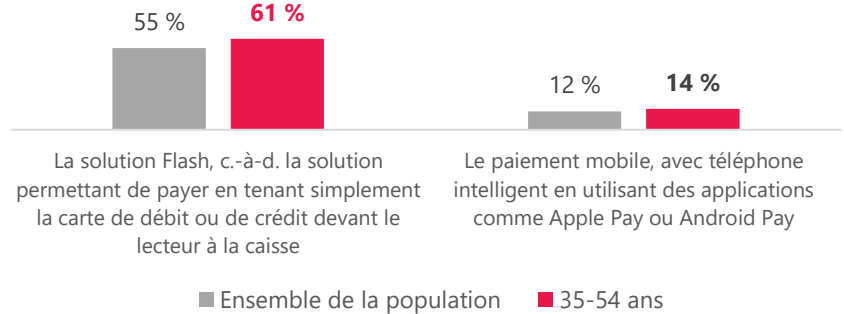
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %. En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=334)

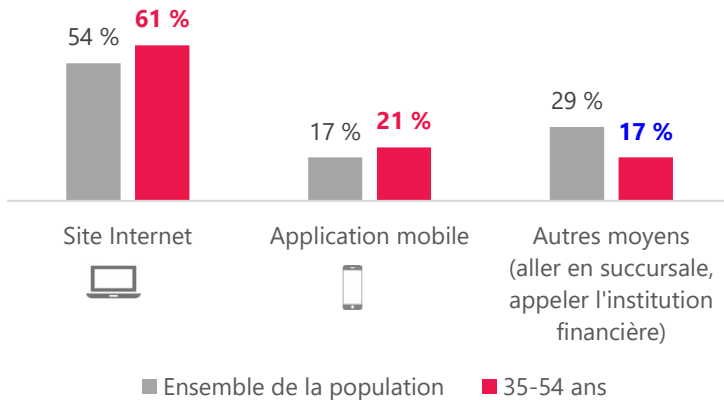


des adultes âgés de 35 à 54 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement supérieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

**MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE**

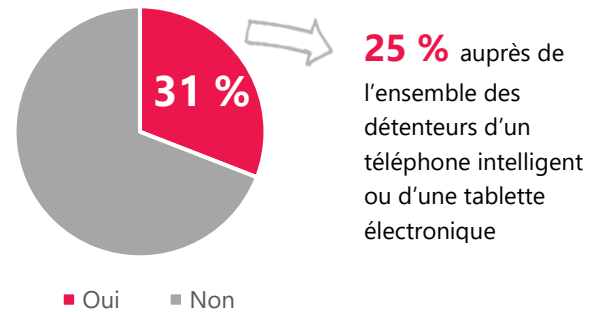


**MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES**



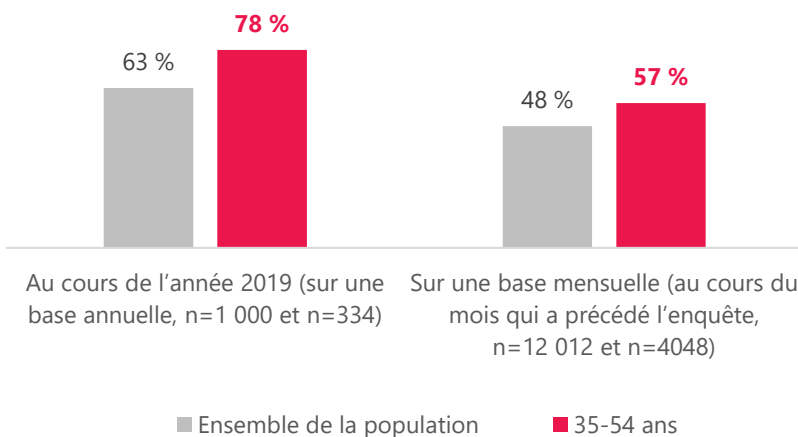
**UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS**

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 35-54 ans (n=297)

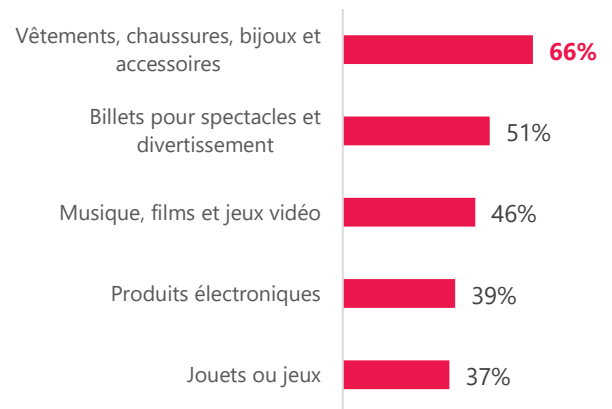


**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**PROPORTION DE CYBERACHETEURS**



**PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 35 À 54 ANS (n=259)**








La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 35 à 54 ans était de 356 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.

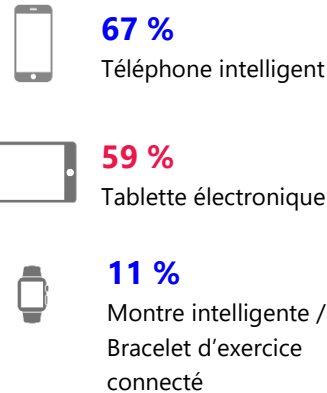
**48 %** des adultes âgés de 35 à 54 ans font mensuellement **au moins un achat en ligne sur le site d'Amazon** alors que c'est 35 % auprès de l'ensemble de la population.

## LES PLUS JEUNES BABY-BOOMERS – 55 À 64 ANS (1955-1964)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=2 211)

	55-64 ans	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	92 %	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	<b>83 %</b>	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	<b>8 %</b>	10 %
 Utilisateurs d'Internet	91 %	92 %

### Appareils détenus par les 55 à 64 ans



### OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 55 à 64 ans sont les messages textes, le courriel et la messagerie intégrée aux réseaux sociaux (n=183) :

- 1** Messages textes **65 %**
- 2** Courriel **48 %**
- 3** Messagerie intégrée aux réseaux sociaux **45 %**

### SERVICE DE TÉLÉVISION

Quatre adultes sur cinq (90 %) âgés de 55 à 64 ans sont abonnés à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux supérieur à ceux des autres générations. (n=183)

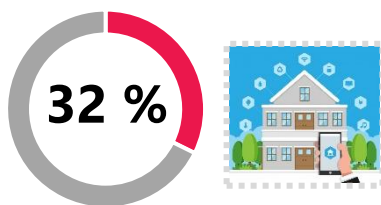


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Un peu plus de deux adultes sur cinq (43 %) âgés de 55 à 64 ans sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux inférieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 24 % des 55 à 64 ans sont abonnés à Netflix. (n=183)





### MAISON INTELLIGENTE (n=183)



Le tiers (32 %) des 55 à 64 ans détient au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 33 % pour l'ensemble des adultes québécois.

### TOP 3 DES APPAREILS CONNECTÉS

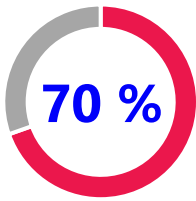
-  **10 %** Électroménagers connectés
-  **10 %** Assistant vocal
-  **10 %** Avertisseur de fumée intelligent

### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2019 à janvier 2020, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

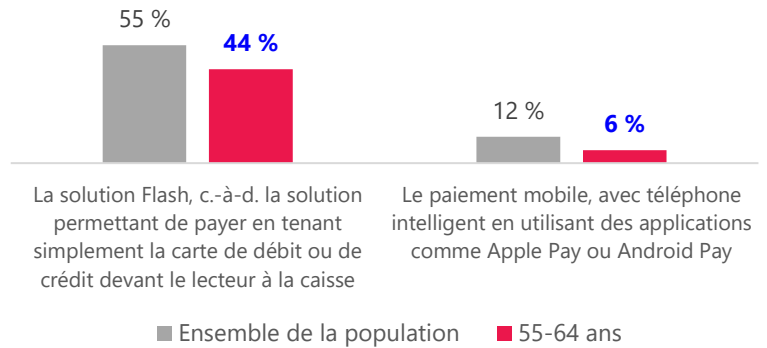
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.  
En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=183)

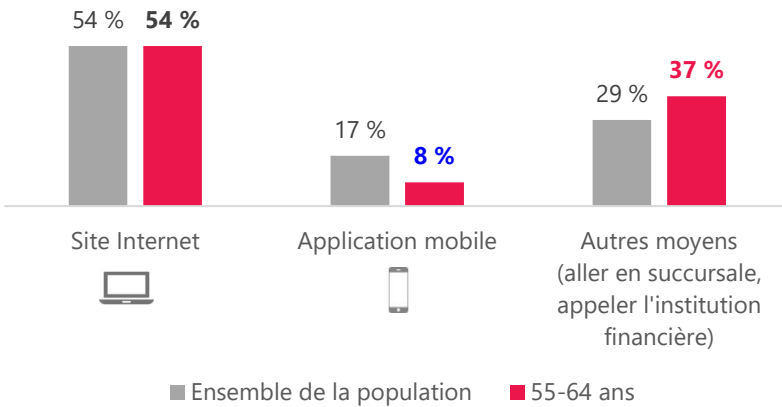


des adultes âgés de 55 à 64 ans ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement inférieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

**MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE**

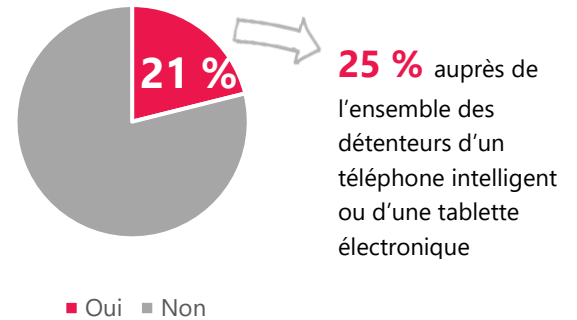


**MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES**



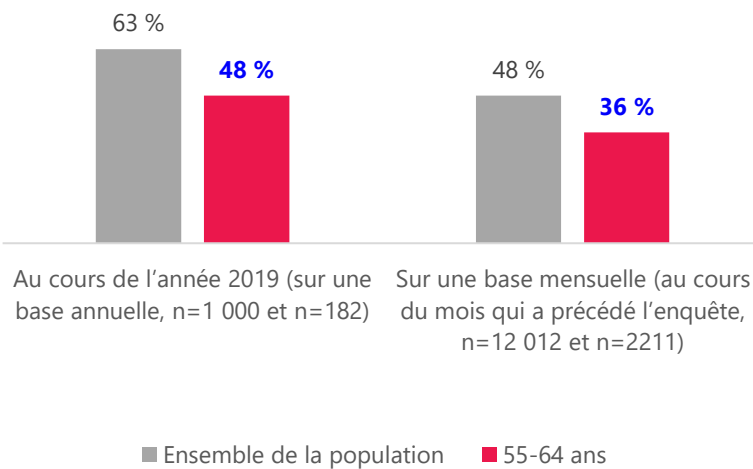
**UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS**

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 55 à 64 ans (n=134)

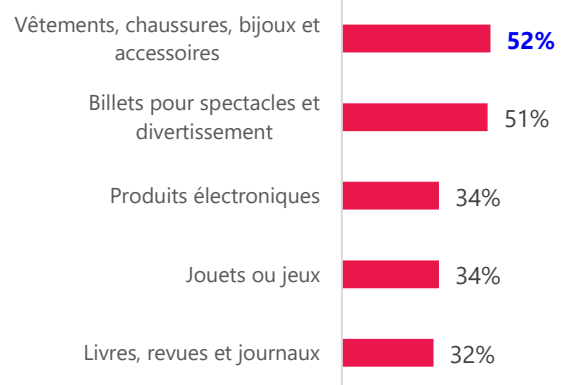


**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**PROPORTION DE CYBERACHETEURS**



**PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 55-64 ANS (n=88)**



24 %  
amazon






des adultes âgés de 55 à 64 ans font mensuellement au moins un achat en ligne sur le site d'Amazon alors que c'est 35 % auprès de l'ensemble de la population.



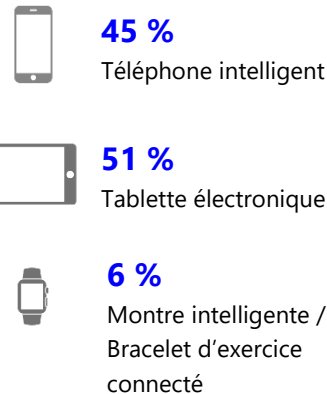
La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 55 à 64 ans était de 334 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.

## LES PLUS VIEUX BABY-BOOMERS ET LEURS PARENTS 65 ANS ET PLUS (1954 ET AVANT)

### CONNECTIVITÉ ET MOBILITÉ (n=2 612)

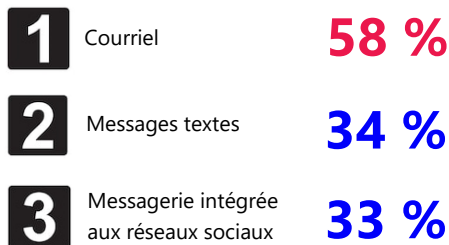
	65 ans et plus	Ensemble de la population
 Total Connexion Internet à la maison	80 %	93 %
 Connexion Internet résidentielle avec un fournisseur télécoms	73 %	80 %
 Partage de connexion à partir d'un appareil mobile	2 %	2 %
 Dispose de ces deux types de connexion Internet à la maison	6 %	10 %
 Utilisateurs d'Internet	76 %	92 %

### Appareils détenus par les 65 ans et plus



### OUTILS DE COMMUNICATION EN LIGNE

Les trois outils de communication en ligne les plus souvent utilisés par les adultes âgés de 65 ans et plus sont le courriel, les messages textes et la messagerie intégrée aux réseaux sociaux (n=225) :



### SERVICE DE TÉLÉVISION

Quatre adultes sur cinq (88 %) âgés de 65 ans et plus sont abonnés à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution), un taux supérieur à ceux des autres générations. (n=225)

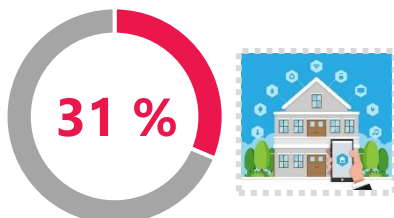


### SERVICE D'ABONNEMENT PAYANT

Le tiers des adultes (32 %) âgés de 65 ans et plus sont abonnés à au moins un service payant pour visionner des films ou des séries sur Internet, un taux inférieur à ceux des autres générations. Par ailleurs, 16 % des 65 ans et plus sont abonnés à Netflix. (n=225)



### MAISON INTELLIGENTE (n=225)



Le tiers (31 %) des 65 ans et plus détient au moins un objet connecté pour la maison. Cette proportion est de 33 % pour l'ensemble des adultes québécois.

### TOP 3 DES APPAREILS CONNECTÉS

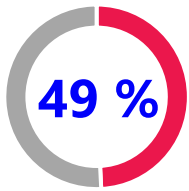


### Méthodologie :

Les données proviennent de 12 collectes réalisées de février 2019 à janvier 2020, au cours desquelles nous avons chaque fois interrogé 1 000 adultes québécois âgés de 18 ans et plus, par voie téléphonique. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois.

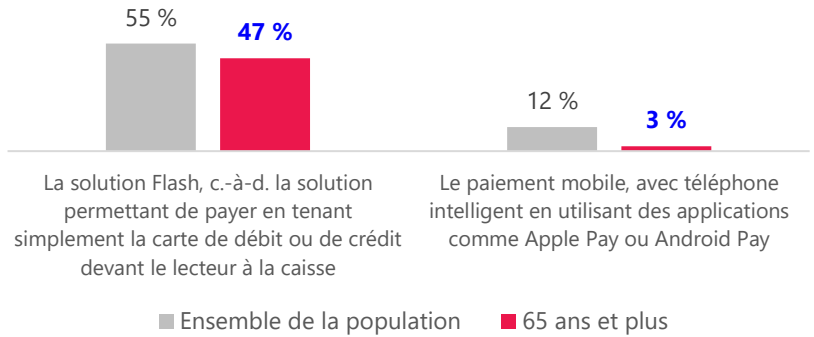
En caractères **rouges** : résultats significativement supérieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.  
En caractères **bleus** : résultats significativement inférieurs, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 %.

**SERVICES BANCAIRES EN LIGNE** (n=227)

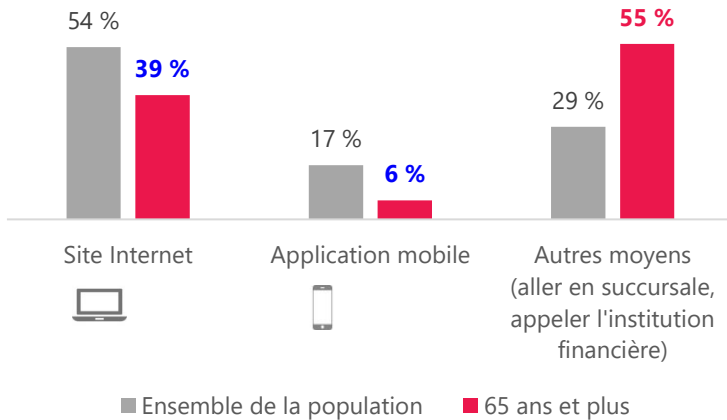


des adultes âgés de 65 ans et plus ont utilisé Internet pour consulter leur compte bancaire au cours du mois précédant l'enquête, une proportion significativement inférieure à celles des autres groupes d'âge. Pour l'ensemble des adultes québécois, le pourcentage est de 77 %.

**MODES DE PAIEMENT UTILISÉS AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE**

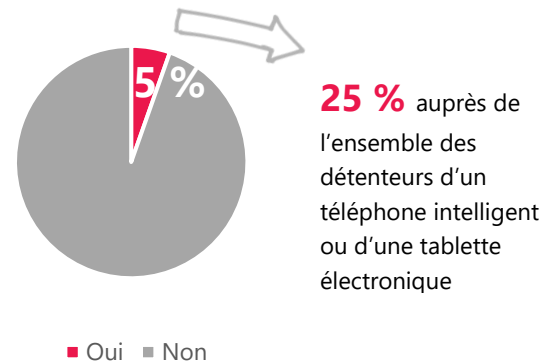


**MOYEN UTILISÉ LE PLUS SOUVENT POUR EFFECTUER DES OPÉRATIONS BANCAIRES**



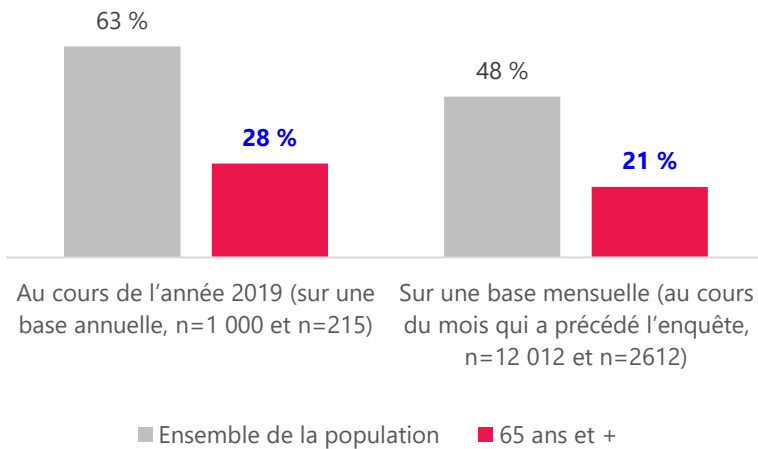
**UTILISATION DU DÉPÔT MOBILE AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS**

Détenteurs de téléphone intelligent ou de tablette électronique âgés de 65 ans et plus (n=149)

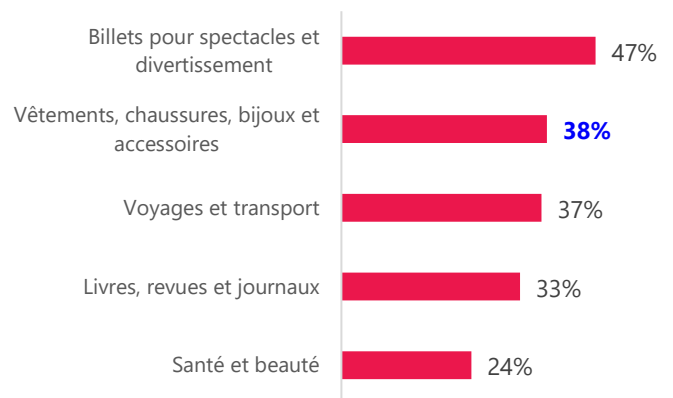


**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**PROPORTION DE CYBERACHETEURS**



**PRINCIPALES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE PAR LES CYBERACHETEURS DE 65 ANS ET PLUS (n=59)**



La **valeur mensuelle moyenne** du panier d'achats des cyberacheteurs âgés de 65 ans et plus était de 327 \$ en 2019, alors que la valeur moyenne provinciale était de 319 \$.

**14 %**  
amazon

des adultes âgés de 65 ans et plus font mensuellement au moins un achat en ligne sur le site d'Amazon alors que c'est 35 % auprès de l'ensemble de la population.